การถกเถียงกันในวันนี้คือแนวคิดเกี่ยวกับความไม่แน่นอน ซึ่งการประเมินความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับ โลกาภิวัตน์ ที่กล่าวว่า บริษัทข้ามชาติจำนวนมากจำเป็นต้องให้ความสนใจกับการแข่งขัน เพื่อเลือกตลาด

บริษัทระดับโลกอย่างแท้จริงจะต้องแข่งขันในตลาดสำคัญ ตัวอย่างเช่น โตโยต้าดูเหมือนจะเป็นคู่แข่งสำคัญในอุตสาหกรรมยานยนต์ระดับโลกที่มีการจัดการเพื่อสร้างส่วนแบ่งการตลาดที่สำคัญในญี่ปุ่น อเมริกาเหนือและยุโรปและในประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ที่สำคัญในขณะที่ยังคงทำกำไรได้สูง ในทางตรงกันข้ามผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ส่วนใหญ่จะทำหน้าที่ที่ดีขึ้น

ดังนั้นทุกวันนี้ บริษัทควรมองหาโอกาสที่สามารถค้นหาความพอใจด้านวัฒนธรรมการบริหารหรือการเมืองภูมิศาสตร์และเศรษฐกิจ สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนยิ่งขึ้นถึงความสัมพันธ์ในประเทศ เมื่อสภาพแวดล้อมทางการเมืองเปลี่ยนแปลงไป สำหรับ บริษัทที่อยู่ในประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ขนาดใหญ่ โดยมุ่งเน้นที่ตลาดในประเทศ การเจริญเติบโตสามารถเป็นข้อเสนอที่น่าสนใจอย่างยิ่ง แน่นอนการค้าสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องข้ามชาติ โดยบริษัท ขนาดเล็กที่เพิ่มขึ้นมีการใช้อีคอมเมิร์ซเพื่อซื้อและขายในระดับโลก แต่อีคอมเมิร์ซยังคงเป็นสากลน้อยกว่าการค้าแบบออฟไลน์ และเนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมของนโยบาย จึงไม่น่าเป็นไปได้ที่จะคิดว่าเราสามารถก้าวไปสู่ระดับโลกได้เพียงแค่ตั้งค่าเว็บไซต์หรือเข้าร่วมแพลตฟอร์มออนไลน์

**ตัวเลือกโลกาภิวัตน์**

การปรับตัว : ช่วยเพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาดด้วยการปรับแต่งผลิตภัณฑ์และบริการให้เหมาะกับรสนิยมและความต้องการของท้องถิ่น การรวมกันมอบการประหยัดจากขนาดโดยการขยายการดำเนินงานไปยังตลาดระดับภูมิภาคหรือระดับโลก

การเก็งกำไร : ใช้ประโยชน์จากความแตกต่างของต้นทุนแรงงานระบบภาษีและปัจจัยอื่น ๆ ระหว่างตลาดระดับชาติและระดับภูมิภาค

**วิธีการแข่งขัน**

ถ้าบริษัทจะดำเนินธุรกิจต่อไปในตลาดที่หลากหลาย ต้องมรการพิจารณาว่าจะเปลี่ยนประเภทสินค้าหรือผสมกลยุทธ์ที่ใช้ เพื่อตอบสนองต่อแรงกดดันของคู่แข่งในยุคโลกาภิวัฒน์ โดยมีองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ

1. การปรับตัว โดยปรับตัวให้เข้ากับความแตกต่างของแต่ละประเทศเพื่อตอบสนองการแต่ละท้องถิ่น
2. การรวมตัวเพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาดและขอบเขตที่ครอบคลุมทั่วประเทศ
3. กลยุทธ์การเก็งกำไร ถูกนำมาใช้เพื่อหาประโยชน์จากความแตกต่าง เช่น ต้นทุนแรงงานต่ำในประเทศใดประเทศหนึ่งหรือมีแรงจูงใจด้านภาษีที่ดีกว่าในอีกประเทศหนึ่ง

แต่จะมีการเปลี่นแปลงบ้างในยุคที่มีกีดกัน แต่ในสภาพแวดล้อมปัจจุบัน บริษัทควรมองหาโอกาสในการเพิ่มพูนความพยายามในการปรับตัวของพวกเขา เพื่อการตอบสนองต่อความแตกต่างมากขึ้นสามารถ ช่วยลดผลกระทบของคู่แข่งในยุคโลกาพิวัฒน์

บริษัทที่มีการปรับตัว คือ การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์นโยบายตำแหน่งทางการตลาดและอื่น ๆ เพื่อให้เหมาะกับตลาดท้องถิ่น ซึ่งการปรับตัวที่ดีที่สุดมาจากรูปแบบการลดต้นทุน และในส่วนบริษัทข้ามชาติที่มาจากตลาดเกิดใหม่ ที่จะเริ่มต้นจากข้อได้เปรียบที่เกิดจากการเก็งกำไรนั้น การแข่งขันในต่างประเทศบนพื้นฐานของต้นทุนที่ต่ำ กลยุทธ์นี้ยังคงเป็นเครื่องมือที่ดีที่จะขับเคลื่อนการเติบโตและสร้างผลกำไรให้กับบริษัทได้